

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PISANG PADA INDUSTRI RAJA BAWANG DI KOTA PALU

Strategy Development of Banana Chips Marketing at Raja Bawang Industry in Palu City

Irene Lisa Matantu¹⁾, Arifuddin Lamusa²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu, e-mail : irenematantu@yahoo.com

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu, e-mail : lamusa.arif@yahoo.com

ABSTRACT

Raja Bawang Industry is one of the business that produce banana chips, the industry is located in Jalan Abdul Rahman Saleh No. 33 Palu. This study aimed to analyze the internal and external factors facing Industry of Raja Bawang in the development of marketing strategies of banana chips; to analyze the development of marketing strategies of banana chips at Raja Bawang Industry. The total value obtained from IFAS table is equal to 1.15 with a score of 2.15 strengths and weaknesses score of 1.00. This shows that the power factor at Raja Bawang Industry is greater than a factor of weakness, while the total value obtained from EFAS is 3.54 with a score of 2.1 opportunities and threats score of 1.44. This shows that the chance factor which is owned by Raja Bawang Industry is greater than a factor of threats. Based on the calculations of the value of internal rating and value of factors for developing marketing strategy banana chips as the X-axis is 1.15, while external factors on Raja Bawang Industry as the Y-axis is 0.66. The results of this study indicate that business conditions in the industry of banana chips of Raja Bawang currently in quadrant I, which in this position is a position that is favorable for the industry because the industry can create a strategy to use force to take advantage of existing opportunities.

Keywords: Banana chips, SWOT analysis, Strategy development.

ABSTRAK

Industri Raja Bawang merupakan salah satu usaha yang memproduksi keripik pisang, industri ini bertempat di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 33 Kota Palu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi Industri Raja Bawang dalam pengembangan strategi pemasaran keripik pisang, menganalisis pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang. Total nilai yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 1,15 dengan skor kekuatan 2,15 dan skor kelemahan sebesar 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada Industri Raja Bawang lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan total nilai yang diperoleh EFAS, yaitu sebesar 3,54 dengan skor peluang 2,1 dan skor ancaman sebesar 1,44. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh Industri Raja Bawang lebih besar dari faktor ancaman. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal pengembangan strategi pemasaran keripik pisang sebagai sumbu X yaitu 1,15 sedangkan faktor eksternal pada Industri Raja Bawang sebagai sumbu Y yaitu 0,66. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi usaha keripik pisang pada Industri Raja Bawang saat ini pada kuadran I, dimana pada posisi tersebut merupakan posisi yang menguntungkan bagi industri karena industri dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Pengembangan strategi, Keripik pisang.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi yang tepat perlu didasarkan pada keunggulan komparatif yang dimiliki. Melalui proses pembangunan yang bertahap dan konsisten, keunggulan komparatif ini dikembangkan menjadi keunggulan kompetitif. Negara yang berdaya saing adalah negara yang mampu mengembangkan keunggulan komparatifnya menjadi keunggulan kompetitif. Indonesia memiliki keunggulan komparatif hayati. Kegiatan ekonomi yang memanfaatkan keunggulan sumberdaya hayati di Indonesia adalah kegiatan pertanian dalam arti luas, oleh sebab itu Indonesia perlu mengembangkan keunggulan komparatif di bidang pertanian menjadi keunggulan bersaing melalui pengembangan industri yang mengolah hasil pertanian dan mengembangkan industri-industri hulu pertanian, yang secara keseluruhan dikenal sebagai pembangunan sistem agribisnis (Saragih, 2000).

Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis merupakan upaya yang sangat penting untuk mencapai tujuan yaitu menarik munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan. Agroindustri merupakan suatu industri pertanian yang kegiatannya terkait dengan sektor pertanian. Wujud keterkaitan ini adalah sektor pertanian sebagai industri hulu yang memasok bahan baku dan sektor industri pertanian sebagai industri yang meningkatkan nilai tambah pada hasil pertanian menjadi produk yang kompetitif. Munculnya agroindustri dapat memberikan ruang baru bagi produsen untuk mengasah kemampuannya dalam memproduksi produk pertanian agar lebih menarik dan disukai oleh konsumen (Soekartawi 2005).

Produk agroindustri yang memiliki daya tarik akan bahan bakunya, proses

produksi, bentuk produk dan permintaannya adalah agroindustri dengan bahan baku buah pisang. Ketersediaan tanaman pisang di Indonesia membuka peluang usaha yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia. Pisang mudah tumbuh dengan subur disebagian besar wilayah. Berbagai jenis pisang tumbuh dan menjadi tanaman yang cukup mudah ditemui (Bayu, 2012).

Berbagai jenis unit usaha agroindustri yang ada di Kota Palu banyak yang menggunakan pisang sebagai bahan baku utamanya dalam pembuatan keripik. Makanan ringan dari pisang sangat populer bagi masyarakat diperkotaan maupun pedesaan. Keripik pisang mempunyai peluang bisnis yang cukup tinggi jika diolah dengan benar dan dipasarkan secara tepat di Kota Palu. industri pengolahan makanan ringan saat ini banyak dikembangkan dalam bentuk industri rumah tangga. Salah satu industri yang memproduksi Keripik Pisang di Kota Palu adalah Industri Raja Bawang dengan menggunakan buah pisang tanduk sebagai bahan baku utama sehingga dapat diolah menjadi Keripik Pisang.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini merupakan suatu alur yang melibatkan lembaga-lembaga tataniaga, seperti agen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer serta industri pengolahan dan sebagainya. Sistem tataniaga yang efisien dapat juga dicapai dengan memperbaiki struktur pasar, yaitu struktur pasar yang menuju pada pasar persaingan sempurna dengan syarat jumlah pembeli dan penjual cukup banyak sehingga pembeli atau penjual tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pasar (Lamb, 2001).

Pemasaran yang dilakukan oleh Industri Raja Bawang masih dalam cakupan skala lokal belum meluas, dikarenakan pemasarannya hanya dipasarkan diotlet sendiri dan di tiga tempat yang ada di kota palu yaitu di BNS, Madika, dan Mbo Sri. Pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang memiliki saluran pemasaran

yaitu produsen konsumen dan produsen pedagang perantara konsumen. Hal ini yang mendasari peneliti untuk meneliti tentang pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang di Kota Palu.

Tujuan penelitian ini ialah mengembangkan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang secara khusus, tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi Industri Raja Bawang dalam pengembangan strategi pemasaran keripik pisang.
2. Menganalisis pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palu pada Industri Raja Bawang yang beralamat di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 33 Palu Sulawesi Tengah pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2016. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Hal tersebut berdasarkan atas pertimbangan bahwa Industri Raja Bawang merupakan pengelolah usaha Keripik Pisang di Kota Palu.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*), dan dilakukan dengan wawancara secara langsung ke pimpinan Industri Raja Bawang. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa pimpinan orang yang berkompeten dan memahami perkembangan perusahaan atau industri terkait. Responden yang diambil sebanyak 5 orang yaitu 1 pimpinan Industri Raja Bawang, 2 orang tenaga kerja dan 2 orang konsumen dari Industri Raja Bawang.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (*Questionare*), sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur dan instansi terkait.

Tabel 1. Produksi Keripik Pisang pada Industri Raja Bawang di Kota Palu, 2016

No.	Bulan	Produksi Keripik Pisang (Kg/Bulan)
1.	April	350
2.	Mei	360
3.	Juni	360

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

Analisis Data. Tujuan penelitian ini akan dijawab dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha keripik pisang pada industri Raja Bawang, dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi. Proses produksi yaitu rangkaian dari pengolahan bahan baku dengan menggunakan peralatan dan tenaga kerja yang menghasilkan suatu barang atau produk. Proses adalah cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang dan jasa. Produksi Keripik Pisang Industri Raja Bawang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi keripik pisang pada industri Raja Bawang untuk bulan April sebesar 350 kg dan bulan Mei sampai Juni sebesar 360 kg. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah produksi keripik pisang masih rendah tidak dapat memenuhi jumlah permintaan produk yang meningkat.

Produk keripik pisang yang diusahakan oleh Industri Raja Bawang diproses sedemikian rupa dan semaksimal mungkin agar mencapai hasil olahan yang baik dan berkualitas. Kegiatan dalam proses produksi merupakan kegiatan yang

mengubah bahan baku mentah ataubuah pisang segar menjadi produk keripik pisang. Sebaiknya buah yang digunakan buah yang cukup tua tetapi belum matang (masih mentah) agar produk yang diperoleh keras, garing dan renyah. Secara umum, proses produksi keripik pisang mulai dari tahap pengupasan, pencucian, pengirisan, penggorengan, penirisan, serta pengemasan.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden maka diperoleh beberapa indikator faktor internal dan faktor eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran keripik pisang. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal terlihat pada Tabel 2.

Faktor internal perlu dianalisis untuk mengetahui faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang ada dalam sebuah perusahaan. Analisis yang dilakukan terhadap lingkungan internal dalam rangka menyusun strategi arahkan pada pengidentifikasian faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, maka faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang ada di Industri Raja Bawang adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal Industri Raja Bawang .

<u>Faktor Internal</u>	<u>Faktor Eksternal</u>
<u>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</u>	<u>Peluang (<i>Opportunities</i>)</u>
a. Harga yang terjangkau	a. Berkembangnya media promosi
b. Tempat usaha yang strategis	b. Adanya bantuan <u>Pemerintah</u>
c. Penggunaan modal sendiri	c. Permintaan produk meningkat
d. Pilihan rasa yang bervariasi	d. Pengalaman usaha cukup lama
<u>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</u>	<u>Ancaman (<i>Threats</i>)</u>
a. Minimnya sarana transportasi	a. Tingkat persaingan yang tinggi
b. Produksi masih rendah	b. Adanya produk substitusi
c. Pembagian kerja belum jelas	c. Selerah konsumen yang berubah
d. Belum baiknya saluran pemasaran	d. Kenaikan biaya produksi

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

Analisis Faktor Kekuatan (*Strength*)

a. Harga Yang Terjangkau

Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi penjualan dan penerimaan perusahaan. Melalui hasil wawancara bahwa harga produk keripik pisang di Industri Raja Bawang dikatakan sangat terjangkau, karena memiliki harga yang relatif murah disesuaikan dengan bentuk kemasan. Adapun kemasan keripik pisang tersebut berupa kemasan plastik ukuran 200 gram dengan harga 10.000/ kemasan dan ukuran 400 gram dengan harga 15.000.

b. Tempat Usaha Yang Strategis

Tempat penjualan sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Jika tempat penjualan semakin strategis, maka akan mudah memasuki pasar. Berdsasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Industri Raja Bawang, bahwa tempat usaha cukup strategis tepatnya di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 33 Palu, karena berada didepan jalan dan mudah ditemukan oleh konsumen yang ingin membeli produk keripik pisang. Kestrategisan lokasi penjualan ini memberi kekuatan bagi industri untuk menjual produk lebih optimal lagi.

c. Penggunaan Modal Sendiri

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pimpinan Industri Raja Bawang, bahwa mereka menggunakan modal pribadi dalam melakukan kegiatan usaha ini. Pimpinan Industri Raja Bawang mengatakan bahwa modal yang digunakan dalam memproduksi keripik pisang ini ± sebesar 2.500.000. Penggunaan modal sendiri ini bertujuan agar keuntungan yang diperoleh dapat digunakan kembali untuk membeli keperluan usahanya.

d. Pilihan Rasa Bervariasi

Rasa dari sebuah produk yang dihasilkan akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, oleh sebab itu keunikan rasa harus tetap terjaga sehingga konsumen tidak berpaling ke produk yang sama dengan pilihan rasa yang lebih enak. Keripik Pisang yang dihasilkan Industri

Raja Bawang memiliki rasa yang bervariasi yaitu original, balado, dan jagung bakar, hal tersebut disebabkan karena selera konsumen yang menginginkan rasa yang berbeda-beda sesuai dengan selera masing-masing. Rasa yang bervariasi merupakan faktor yang dapat menunjang daya beli konsumen terhadap suatu produk.

Analisis Faktor Kelemahan (Weakness)

a. Minimnya Sarana Transportasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Industri Raja Bawang, diperoleh informasi bahwa industri ini masih sangat terkendala akan kebutuhan sarana transportasi. Sarana transportasi yang dimiliki industri belum mencukupi kebutuhan untuk mendistribusikan atau menyalurkan produknya. Sarana transportasi yang dimiliki industri saat ini hanya 1 unit sepeda motor. Minimnya sarana transportasi yang ada menyebabkan pendistribusian produk harus dilakukan berulang-ulang kali dan memakan waktu, mengakibatkan melonjaknya biaya pemasaran khususnya pada biaya bahan bakar transportasi.

b. Produksi Masih Rendah

Proses produksi merupakan kegiatan inti dari suatu usaha yang dijalankan. Dari hasil wawancara dengan responden bahwa Industri Raja Bawang melakukan produksi keripik pisang dalam perbulannya sekitar 4 kali, dengan jumlah produksi sekitar 360 kg perbulannya. Jumlah produksi tersebut masih kurang untuk memenuhi jumlah permintaan dari konsumen yang meningkat.

c. Pembagian Kerja Belum Jelas

Pembagian kerja adalah sesuatu yang memiliki makna tersendiri dalam mengembangkan suatu usaha. Tenaga kerja yang memproduksi keripik pisang berjumlah 4 orang, pembagian kerja yang dilakukan tidak teratur, proses produksi sampai pengemasan dikerjakan secara bersama-sama. Tenaga kerja Raja Bawang tidak berpatokan pada salah satu produk keripik yang akan dihasilkan agar produk keripik pisang yang dihasilkan cepat selesai.

d. Belum Baiknya Saluran Pemasaran

Tabel 3. Analisis SWOT Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Industri Raja Bawang.

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	1	2	3	4
I. Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1.	Harga yang terjangkau	0,16	4	0,64
2.	Tempat usaha yang strategis	0,16	4	0,64
3.	Penggunaan modal sendiri	0,14	3	0,42
4.	Pilihan rasa bervariasi	0,15	3	0,45
Sub Total I		0,61	14	2,15
II. Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Minimnya sarana transportasi	0,08	2	0,16
2	Produksi masih rendah	0,09	2	0,18
3	Pembagian kerja belum jelas	0,11	3	0,33
4	Belum baiknya saluran pemasaran	0,11	3	0,33
Sub Total II		0,39	10	1,00
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1,00	24	3,15
Sumbu X (Sub total I – Sub total II)				1,15

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Industri Raja Bawang, pemasaran yang dilakukan belum begitu baik. Proses pemasaran yang dilakukan oleh Industri Raja Bawang dilakukan ditempat usaha seperti di BNS, Industri Madika dan Mbo Sri. Hal ini menjelaskan bahwa proses pemasaran tersebut akan mengakibatkan Industri Raja Bawang sulit untuk menguasai pangsa pasar khususnya di Kota Palu.

Setelah faktor-faktor strategis internal pada Industri Raja Bawang teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Berdasarkan perhitungan setiap *Rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal. Pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor internal tabel IFAS yaitu sebesar 3,15 dengan koefisien kekuatan (*Strengths*) adalah sebesar 2,15 dan koefisien kelemahan (*Weakness*) adalah sebesar 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh Industri Raja Bawang lebih besar dari pada faktor kelemahan, oleh karena itu Industri Raja Bawang dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai *rating* dan bobot dari faktor internal Industri Raja Bawang,

diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor kekuatan (*Strengths*) dan total skor faktor kelemahan (*Weakness*). Hasil pengurangan yaitu $2,15 - 1,00 = 1,15$ yang dijadikan sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam Diagram SWOT adalah 1,15.

Identifikasi Faktor Eksternal. Analisis lingkungan eksternal dalam rangkai strategi pemasaran pada Industri Raja Bawang diarahkan pada pengidentifikasian faktor kunci peluang (*Opportunities*) dan faktor kunci ancaman (*Threats*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, maka faktor peluang (*Opportunities*) dan faktor ancaman (*Threats*) yang ada pada Industri Raja Bawang sebagai berikut:

Analisis Faktor Peluang (*Opportunities*)

a. Berkembangnya Media Promosi.

Promosi merupakan salah satu hal terpenting yang harus dilakukan oleh pimpinan industri agar industrinya semakin berkembang dan dikenal oleh banyak orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Industri Raja Bawang bahwa promosi yang dilakukan sudah semakin berkembang, pada awalnya promosi dilakukan hanya dari mulut ke mulut namun saat ini pimpinan industri sudah melakukan promosi sekaligus memasarkan produknya melalui pameran dan media *online*.

b. Adanya Bantuan Pemerintah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan industri Raja Bawang, bahwa industri mendapatkan dukungan pemerintah yaitu berupa bantuan alat peralatan/mesin pemotong pisang, diikuti sertakan dalam setiap pameran dan pelatihan-pelatihan kewirausahaan. Dukungan dari pemerintah tersebut dapat menjadi peluang bagi usaha keripik pisang industri Raja Bawang dalam mengembangkan usahanya, seperti dengan adanya kegiatan pelatihan tersebut pihak industri dapat lebih mengasah ketrampilannya dalam berusaha dan mendapatkan informasi-informasi positif sehubungan dengan kegiatan usaha yang dijalankan.

c. Permintaan Produk Meningkat

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden bahwa permintaan produk keripik pisang pada Industri Raja Bawang cenderung meningkat. Keberadaan ini merupakan suatu peluang bagi industri Raja Bawang untuk mempertahankan keberadaan industrinya. Permintaan produk cenderung meningkat bahwa industri Raja Bawang yang memproduksi keripik pisang 60 kg per minggunya selalu diserap pasar bahkan kebutuhan pasar belum terpenuhi. Biasanya konsumen menghubungi melalui telfon untuk memesan keripik pisang. Permintaan konsumen menjadi peluang bagi pengembangan industri Raja Bawang.

d. Pengalaman Usaha Cukup Lama.

Satu diantara faktor penentu berhasil tidaknya suatu usaha yaitu pengalaman berusaha, karena dengan pengalaman tersebut seorang pengusaha akan memiliki kemampuan dalam mengelolah usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan industri, diperoleh informasi bahwa pimpinan maupun karyawan dari usaha keripik pisang industri Raja Bawang ini telah memiliki pengalaman yang cukup lama dalam usaha keripik pisang. Hal ini dapat diketahui seiring dengan lamanya usaha ini didirikan, yaitu telah berjalan selama 13 tahun. Pengalaman yang cukup lama dalam berusaha memungkinkan bagi industri untuk lebih mudah menanggulangi masalah-masalah yang timbul dalam berusaha.

Analisis Faktor Ancaman (*Threats*)

a. Tingkat Persaingan Yang Tinggi

Berdirinya industri-industri sejenis merupakan ancaman bagi usaha keripik pisang industri Raja Bawang. Kegiatan produksi untuk menghasilkan keripik pisang cukup sederhana dan dapat dilakukan oleh siapa saja, sehingga terdapat banyak industri yang memproduksi produk yang sama di lokasi sekitar usaha. Industri-industri tersebut merupakan pesaing langsung bagi usaha keripik pisang industri Raja Bawang karena produk yang dihasilkan sama, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis SWOT Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Industri Raja Bawang.

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	B x R
	1	2	3	4
I. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Berkembangnya media promosi	0,14	4	0,56
2	Adanya bantuan pemerintah	0,14	4	0,56
3	Permintaan produk meningkat	0,14	3	0,42
4	Pengalaman usaha cukup lama	0,14	4	0,56
Sub Total I		0,56	15	2,1
II. Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Tingkat persaingan yang tinggi	0,10	3	0,3
2	Adanya produk substitusi	0,10	3	0,3
3	Selerah konsumen yang berubah	0,12	3	0,36
4	Kenaikan biaya produksi	0,12	4	0,48
Sub Total II		0,44	13	1,44
Total (Sub Total I+Sub Total II)		1	28	3,54
Sumbu Y (Sub total I - Sub total II)				0,66

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

b. Adanya Produk Substitusi

Perkembangan ilmu dan teknologi maka sekarang ini makin banyak produk yang peranan dan manfaatnya dapat diganti seperti keripik pisang diganti dengan keripik sukun, keripik belinjo, keripik ubi dll. Hal ini menjadi ancaman bagi Industri Raja Bawang, dalam memproduksi keripik pisang sehingga perlu diperhatikan harga dan kualitas produk pengganti serta loyalitas konsumen terhadap produk keripik yang dihasilkan.

c. Selerah Konsumen Yang Berubah

Perubahan selera konsumen akan mengakibatkan penurunan permintaan produk keripik pisang pada Industri Raja Bawang, mengingat bahwa banyaknya produk-produk keripik pisang dari industri yang lain akan cita rasa produk mempengaruhi selera konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi keripik pisang.

d. Kenaikan Biaya Produksi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri Raja Bawang, bahwa kenaikan harga bahan baku merupakan ancaman yang dihadapi oleh industri Raja Bawang, dimana harga pisang tanduk merupakan bahan baku utama dalam pembuatan keripik pisang. Harga yang didapatkan dari petani (pemasok) yang awalnya hanya berkisar Rp 500 per bijinya kemudian naik hingga Rp 1.000 per biji.

Tabel 5. Hasil Skoring Faktor Internal dan Eksternal Usaha Keripik Pisang pada Industri Raja Bawang.

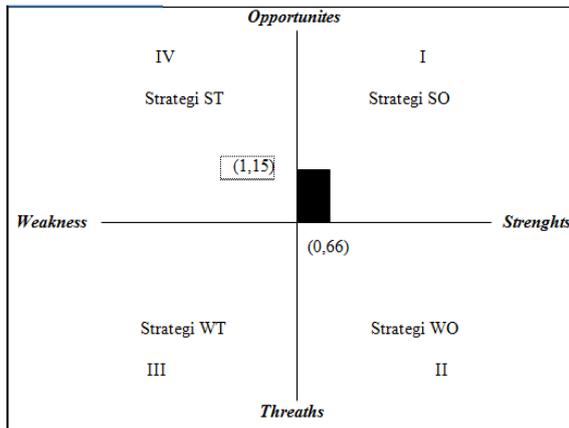
Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan	1,15	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	0,66	Sumbu Y
Ancaman		

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Eksternal tabel EFAS yaitu sebesar 3,54 dengan koefisien peluang (*Opportunities*) adalah sebesar 2,1 dan koefisien faktor ancaman (*Threats*) adalah sebesar 1,44. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh Industri Raja Bawang lebih besar dari pada faktor ancaman. Oleh karena itu Industri Raja Bawang dapat lebih memanfaatkan faktor peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor ancaman yang ada untuk lebih mengembangkan lagi usaha kedepannya. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai *rating* dan bobot faktor eksternal Industri Raja Bawang diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor peluang (*Opportunities*) dan total skor faktor ancaman (*Threats*). Hasil pengurangan yaitu $2,1 - 1,44 = 0,66$ yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah 0,66.

Berdasarkan hasil dari pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (1,15), sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (0,66) terlihat pada Tabel 5.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha keripik pisang pada Industri Raja Bawang yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Pengembangan Strategi Pemasaran Keripik Pisang pada Industri Raja Bawang di Kota Palu, 2016.

Tabel 6. Diagram Matriks SWOT Pemasaran pada Industri Raja Bawang di Kota Palu, 2016

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>) a. Harga yang terjangkau b. Tempat usaha yang strategis c. Penggunaan modal sendiri d. Pilihan rasa yang bervariasi	Kelemahan (<i>Weaknes</i>) a. Minimnya sarana transportasi b. Produksi masih rendah c. Pembagian kerja belum jelas d. Belum baiknya saluran pemasaran
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>) a. Berkembangnya media promosi b. Adanya bantuan pemerintah c. Permintaan produk meningkat d. Pengalaman usaha cukup lama	Strategi SO 1. Memanfaatkan tempat usaha yang strategis, untuk memenuhi permintaan produk yang meningkat 2. Memanfaatkan harga yang terjangkau serta pilihan rasa yang bervariasi guna menangkap peluang melalui perkembangan media promosi	Strategi WO 1. Menambah sarana transportasi dengan memanfaatkan bantuan dari pemerintah 2. Meningkatkan jumlah produksi yang masih rendah dengan melihat adanya permintaan yang cenderung meningkat 3. Memperhatikan atau memperbaiki saluran-saluran pemasaran guna untuk memperlancar usaha tersebut
Ancaman (<i>Threat</i>) a. Tingkat persaingan yang tinggi b. Persaingan produk substitusi c. Selerah konsumen yang berubah d. Kenaikan biaya produksi	Strategi ST 1. Memaksimalkan harga yang terjangkau dengan melihat tingkat persaingan yang tinggi 2. Memaksimalkan pilihan rasa yang bervariasi yang ada dengan melihat selerah konsumen yang berubah	Strategi WT 1. Memaksimalkan produksi yang masih rendah guna untuk memenuhi atau menjaga kenaikan biaya produksi 2. Memaksimalkan saluran pemasaran karena melihat adanya tingkat persaingan yang relatif tinggi dengan industri sejenis

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2016

Diagram SWOT pada Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang di Kota Palu berada di posisi kuadran pertama I yaitu pada posisi strategi

kekuatan-peluang (SO). Posisi ini memberikan kesempatan bahwa ada peluang untuk dilaksanakan pengembangan pemasaran, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Penentuan Pengembangan Strategi Pemasaran Keripik Pisang Industri Raja Bawang di Kota Palu. Berdasarkan hasil kuadran SWOT diatas, maka penerapan strategi yang dilakukan oleh Industri Raja Bawang dalam pengembangan strategi pemasaran keripik pisang menggunakan strategi SO, dimana Industri Raja Bawang menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6. dibawah ini :

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tingkat pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi kekuatan, yaitu (a) harga yang terjangkau, (b) tempat usaha yang strategis, (c) penggunaan modal sendiri, (d) pilihan rasa yang bervariasi dan kelemahan, yaitu (a) minimnya sarana transportasi, (b) produksi masih rendah, (c) pembagian kerja belum jelas, (d) belum baiknya saluran pemasaran. Faktor eksternal meliputi peluang, yaitu (a) berkembangnya media promosi, (b) adanya bantuan pemerintah, (c) permintaan produk meningkat, (d) pengalaman usaha cukup lama dan ancaman yaitu (a) tingkat persaingan yang tinggi, (b) persaingan produk substitusi, (c) selerah konsumen yang berubah, (d) kenaikan biaya produksi.
2. Berdasarkan diagram gambar SWOT menunjukkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada

industri Raja Bawang di Kota Palu berada di posisi kuadran pertama (I). Posisi kuadran SO dimana memanfaatkan semaksimal mungkin tempat usaha yang strategis, untuk memenuhi permintaan produk yang cenderung meningkat, hal yang perlu dilakukan yaitu melakukan pembenahan tempat usaha dalam hal kenyamanan pada tempat penjualan keripik pisang di Industri Raja Bawang, memanfaatkan harga yang terjangkau serta pilihan rasa yang bervariasi guna menangkap peluang melalui perkembangan media promosi sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Saran

Setelah melakukan analisis maka saran yang dapat diberikan pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Menambah sarana transportasi untuk mempermudah proses pemasaran sesuai peluang yang ada.
2. Meningkatkan jumlah produksi dari 360 kg per bulan ke 500 kg per bulan agar

dapat memanfaatkan peluang perkembangan teknologi, agar pemasaran dapat berjalan lancar.

3. Memfokuskan pada pelanggan, agar menyiapkan format untuk keluhan pelanggan seperti kotak saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu, 2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*, Jurnal Agrista. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Volume 1 No. 2 Tahun 2012. Hal. 2302-1713
- Lamb, Charles, W. 2001. *Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Saragih, B, 2000. *Agribisnis Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi Indonesia dalam Era Millenium Baru*. Jurnal Studi Pembangunan, Kemasyarakatan dan Lingkungan. Volume 2 No 4 Februari 2000. Hal. 1-9
- Soekartawi, 2005. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.